

Two Sides

Kampagnen-Update

Europa, Januar 2024



Anne-Katrin Kohlmorgen
Two Sides Deutschland

Willkommen zum europäischen Kampagnen-Update, mit dem wir unsere Mitglieder und Stakeholder über unsere Aktivitäten und Erfolge im Rahmen der Kampagnen Two Sides, Love Paper und Anti-Greenwash in 2023 informieren.

Unser Engagement für die ökologischen Vorzüge von Druck, Papier und papierbasierten Verpackungen ist ungebrochen. Die Kampagne "Love Paper", die darauf abzielt, die Wahrnehmung unserer Produkte bei den Verbrauchern zu verbessern, erreichte 2023 mit über 2.000 Anzeigen in nationalen Zeitungen und Zeitschriften einen neuen Meilenstein. Die Initiative erreicht mehr als 240 Millionen Verbraucher weltweit und vermittelt die nachhaltige Geschichte von Zeitschriften, Zeitungen und allen papierbasierten Produkten. Wir erreichen jedes Jahr mehr und mehr Endverbraucher mit unseren Botschaften.

In ganz Europa besteht weiterhin das Problem des Greenwashing, bei dem Unternehmen mit irreführenden Botschaften die digitale Kommunikation als besser für die Umwelt darstellen. Slogans wie "Go green, go paperless" führen nicht nur in die Irre, sondern stellen auch eine erhebliche Bedrohung für unsere Branche dar. Two Sides setzt sich aktiv mit Unternehmen, Marken und Organisationen in Verbindung und fordert sie auf, von solchen irreführenden Aussagen über Druck und Papier abzusehen.

Für einen umfassenden Überblick über unsere Ergebnisse und Erfolge im Jahr 2023 erfahren Sie auf den folgenden Seiten Näheres.

Unsere Ergebnisse in Europa 2023

75

Gewonnene Greenwash-Fälle in 2023



730

(1.145 weltweit)

Gewonnene Greenwash-Fälle



176.000

Website Page Views



540

Neue Inhalte auf der Website



130

Verschickte Newsletter



2.100

Love Paper-Anzeigen in
Zeitungen und Zeitschriften 2023



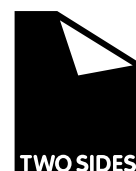
18,3
million

Menschen über soziale Medien erreicht



18.300

Follower in den sozialen Medien



de.twosides.info



de.lovepaper.org

Anti-Greenwash

Gegen irreführende Anti-Print-Botschaften vorgehen

In ganz Europa nimmt Greenwashing zu – Marken und Unternehmen ermuntern ihre Kunden dazu, online zu kommunizieren, indem sie Umweltvorteile als Rechtfertigung für den Wechsel zur digitalen Kommunikation anführen. Unsere globale Anti-Greenwash-Kampagne hat beachtliche Erfolge erzielt: 730 europäische Organisationen (1.145 weltweit) haben irreführende Botschaften im Zusammenhang mit Druck und Papier entfernt. Irreführende Slogans wie "Verzichten Sie auf Papier und retten Sie einen Baum", die fälschlicherweise Umweltvorteile durch die Digitalisierung suggerieren, schaden unserer Branche erheblich. Unsere Maßnahmen konzentrieren sich darauf, Marken über die wahren Umweltvorteile von Druck, Papier und Papierverpackungen aufzuklären.

In Europa ist es uns 2023 gelungen, Greenwashing-Botschaften von 75 europäischen Unternehmen zu entfernen, darunter Marken wie British Gas, B2 Mobility, Crédit Agricole, Hastings Direct, Intermarché und Scania. Greenwashing ist nach wie vor eine ernsthafte Bedrohung für unsere Industrie, in der über 1.096.000 Menschen in mehr als 115.700 Unternehmen in Europa beschäftigt sind.

Einige unserer wichtigsten Erfolge des letzten Jahres:



Erfahren Sie mehr über unsere Anti-Greenwash-Kampagne unter: <https://de.twosides.info/anti-greenwash/>

Love Paper



www.lovepaper.org



MEDIA GROUP

Love Paper wendet sich direkt an die Endverbraucher und klärt über die großartige Umweltgeschichten rund um Druck, Papier und papierbasierten Verpackungen auf.

Bauer Media, einer der weltweit führenden Medienkonzerne, verwendet jetzt das Love Paper-Logo, um die Nachhaltigkeit seiner gedruckten Zeitschriften zu unterstreichen. Die Initiative verdeutlicht die proaktive Haltung des Unternehmens bei der Förderung der nachhaltigen Aspekte seiner Druckproduktion und sein Engagement für ein umweltbewusstes Verhalten.

Die Love Paper-Kampagne ist für Bauer eine Säule der Nachhaltigkeitsbemühungen des Medien-Unternehmens.

Das Love Paper Logo steht Marken zur Nutzung zur Verfügung

Wir verzeichnen ein zunehmendes Interesse von Marken und Agenturen, das Love Paper-Logo auf ihren papierbasierten Kommunikationsmitteln und Verpackungen zu verwenden.

Viele Beispiele dafür finden Sie unter:

lovepaper.org/love-paper-logo-in-use

Papierhersteller und -händler, Druckereien, Versandunternehmen, Postdienstleister und alle, die an der Erstellung von Druckerzeugnissen und Verpackungen beteiligt sind, möchten wir ermutigen, das Love Paper-Logo in ihrer eigenen Kommunikation zu verwenden, um diese wichtige Botschaft zu verbreiten.

Wenn Sie das Love Paper-Logo verwenden möchten, wenden Sie sich bitte an:

info@lovepaper.org



Tools und Ressourcen

Informationen für die Branche

Eine unserer Hauptaufgaben ist die Bereitstellung von Fakten, Informationen und Forschungs- bzw. Umfrageergebnissen für die Branche. Für unsere Stakeholder und Mitglieder sind diese Ressourcen mit ihrem Branding personalisiert verfügbar.

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht über die Ressourcen, auf die Sie Zugriff haben:

- Mythen & Fakten-Booklet
- Packaging Booklet
- 11 Fact Sheets
- 20 Factographics, ideal für die Verwendung auf Social Media
- 20 Mini-Videos, ebenfalls ideal für die Verwendung auf Ihren sozialen Kanälen

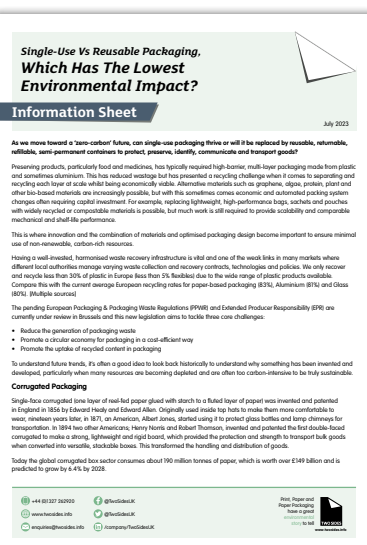
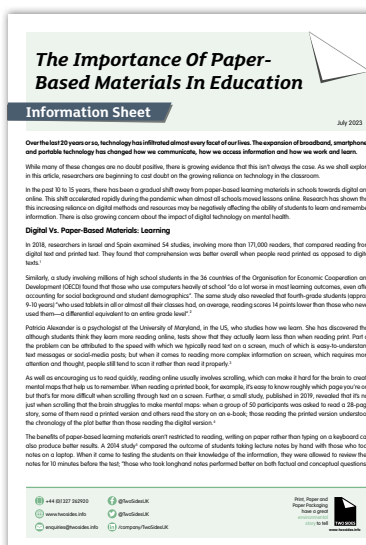
Alle diese Materialien werden derzeit aktualisiert und Ihnen noch im ersten Quartal dieses Jahres bereitgestellt, damit unsere Mitglieder die aktuellsten Fakten und Statistiken nutzen können, wenn sie mit ihren Kunden sprechen und unsere nachhaltige Geschichte erzählen.



Neue Materialien

Im Jahr 2023 haben wir eine neue Web-Rubrik ins Leben gerufen, mit Themen wie "Lernen mit papierbasierten Materialien", "Einweg- vs. Mehrwegverpackungen" und "Tissueprodukte aus nachwachsenden Rohstoffen". Die neue Reihe ermöglicht es uns, Themen näher zu untersuchen und zu erläutern. Es geht darin nicht um unumstößliche Antworten aber Denkanstöße und Inspiration für den Leser.

Im ersten Quartal 2024 wird ein neuer Artikel zum Thema "Print vs. Digital" erscheinen, in dem die häufig gestellte Frage "Was ist besser: Digital oder Print?" sorgfältig untersucht wird.



Bitte kontaktieren Sie uns, um Zugang zu Ihren persönlichen Ressourcen zu erhalten unter: germenay@twosides.info

Kommunikation

Wir wenden uns direkt an Verbraucher, Marken und die Industrie und klären auf über die Attraktivität und Nachhaltigkeit unserer Druck- und Papierprodukte. Unsere mehrsprachige Website bietet informative Fakten, Zahlen, Forschungsergebnisse und aufschlussreiche Artikel, die die nachhaltigen und attraktiven Eigenschaften von Druck, Papier und papierbasierten Verpackungen aufzeigen.

Mit einer wachsenden Community mit mehr als 40.000 B2B-Kontakten, die sich für unsere Newsletter angemeldet haben, liegt unser Fokus darauf, Marken und Marketing Professionals aufzuklären und darüber zu informieren, warum Papier auch in Zukunft nicht nur eine kluge, sondern auch nachhaltige Wahl ist.



Ergebnisse in 2023



Two Sides Partner Meeting 2024

Am 24. Januar gab Jonathan Tame, Geschäftsführer von Two Sides, einen Überblick über unsere Aktivitäten und Ergebnisse im Jahr 2023 und konzentrierte sich dabei auf die Instrumente, Ressourcen und Informationen, die Ihr Unternehmen nutzen kann.

Als Gastredner war Andrea Boltho, Dozent und Direktor von Oxford Economics, anwesend. Er schilderte seine Gedanken zum Thema "Wohin entwickelt sich die europäische Wirtschaft? Mehr Ungewissheit denn je". Die Aufzeichnung des Partner Meetings und die Präsentationen können hier abgerufen werden:

twosides.info/UK/2024-two-sides-partners-meeting/



Über Two Sides

Two Sides wurde 2008 gegründet und ist eine globale Initiative zur Förderung der einzigartigen nachhaltigen und attraktiven Eigenschaften von Print, Papier und papierbasierten Verpackungen.

Die Two Sides-Kampagne entstand aus dem Zusammenschluss von Unternehmen aus den Bereichen Forstwirtschaft, Zellstoff- und Papierherstellung, Druckfarben, Druckvorstufe, Druck, Weiterverarbeitung, Verlagswesen, Briefumschlägen und Postdienstleistungen.

Two Sides ist in folgenden Ländern und Regionen vertreten: Europa, Nordamerika, Südamerika, Südafrika, Australien und Neuseeland.

